



Rapport – Service des Relations publiques

Rencontre publique du Conseil d'administration Soutien aux efforts de promotion pour le recrutement du personnel

I. Mise en contexte

La collaboration entre le service des Relations publiques et le service des Ressources humaines dans ses efforts de promotion pour le recrutement du personnel n'est pas nouvelle et s'est adaptée au fil des années pour répondre aux besoins et aux nouvelles tendances, notamment via les plateformes sociales.

Le rôle des Relations publiques est de guider, tant sur le point stratégique qu'opérationnel, les stratégies à cet effet. L'objet de ce rapport est de présenter les grands axes de la collaboration entre le service des Ressources humaines et des Relations publiques dans les efforts de promotion de recrutement du personnel.

Parallèlement aux efforts de promotion pour le recrutement des différents postes affichés, le service des Relations publiques travaille pour consolider, à long terme, une notoriété au CSF en tant qu'employeur francophone incontournable en Colombie-Britannique. Ces efforts, dans une vision à long terme, participeront à créer des réflexes pour les personnes en recherche d'emploi, afin qu'ils consultent les offres d'emploi disponibles au CSF.

Objectifs de communication

- Contribuer à la notoriété et à la visibilité du CSF en tant qu'employeur francophone en Colombie-Britannique
- Cibler le bassin de candidat·e·s potentiel·le·s de manière novatrice à travers le Canada
- Augmenter la visibilité de la campagne de recrutement et des rondes d'affichages au niveau provincial
- Attirer de potentiel·le·s candidat·e·s intéressé·e·s par des postes partout dans la province
- Augmenter le nombre de candidatures des postes spécifiques lors des rondes d'affichage

Indicateurs de performance clés

- Nombre de candidatures par poste affiché

- Taux d'engagement (pour les initiatives digitales le permettant)
- Trafic et nombre de clics sur les publications faisant la promotion de postes vacants

II. Contexte de promotion et stratégie choisie

1. Promotion du recrutement des postes : un besoin fondamental en contexte minoritaire

Le recrutement dans le milieu de l'éducation présente de nombreux défis à l'échelle pancanadienne et des difficultés accrues en contexte minoritaire, puisque le bassin de candidatures est davantage restreint.

Ainsi, de nouveaux visuels ont été développés, accompagnés d'une stratégie de promotion numérique dans différentes provinces canadiennes. Plusieurs provinces ont été identifiées et validées par le service des Ressources humaines, parce qu'elles présentent un bassin de candidatures francophones pertinent (Ontario, Québec, Alberta, Colombie-Britannique). Cette nouveauté sera introduite à la campagne de recrutement du personnel enseignant, qui s'effectue par rondes à partir du mois d'avril. Il est important de noter que la promotion de la profession est faite de façon continue durant l'année scolaire et que les personnes intéressées peuvent déposer leur candidature pour la banque de candidats.

En ce qui concerne les efforts de recrutement du personnel de soutien et de direction, la stratégie en conséquence privilégie une approche plus ciblée et ponctuelle. Lorsque des postes vacants sont identifiés, une initiative est déployée à l'échelle locale, dans la région de l'école concernée, avec un budget précis.

Parallèlement aux efforts de promotion pour le recrutement, le service des Relations publiques œuvre également à mettre en visibilité et en valeur les talents au sein de son personnel, via des publications LinkedIn qui mettent à l'honneur leurs contributions et leurs parcours.

De plus, le service des Relations publiques coordonne la création de ressources promotionnelles lors des déplacements des équipes des Ressources humaines à des foires aux emplois. Ces objets promotionnels sont variés, que ce soient des bannières, des dépliants, des nappes, des documents informatifs, et permettent de transmettre efficacement de l'information et d'attirer des personnes à discuter avec les équipes de recrutement du CSF.

Dans une volonté de renouvellement face aux tendances, l'équipe des Relations publiques a participé, à titre d'observateur, à une foire d'emploi. Il a été question de se mettre à la place du public ciblé, c'est-à-dire un étudiant finissant en éducation, pour ajuster et développer de

nouveaux visuels afin de se démarquer des autres conseils scolaires lors de ces événements et d'attirer davantage d'étudiant·e·s au kiosque du CSF.

2. L'évolution des technologies : lancement d'une nouvelle plateforme et possibilités de suivis

La mise en œuvre de la campagne de recrutement 2024-2025 s'appuie sur une collaboration multiniveau entre le service des Ressources humaines, des Relations publiques et de la Technologie. En effet, en 2024, pour optimiser la stratégie de recrutement du personnel, une nouvelle plateforme pour le partage d'offres d'emploi et de réception des candidatures a été déployée.

SmartRecruiters est une plateforme qui offre une navigation intuitive et agréable aux candidat·e·s potentiel·le·s et qui s'accorde davantage aux tendances de recrutement actuelles. À l'aide de l'outil de monitoring, elle permet également un meilleur suivi des candidatures pour les équipes des Ressources humaines.

L'utilisation de cette plateforme permet au service des Relations publiques de mieux comprendre comment les candidat·e·s accèdent aux offres d'emploi et les consultent. En identifiant les canaux les plus efficaces et les parcours de recherche, ces données aident à ajuster en continu les stratégies de recrutement pour maximiser la visibilité des offres. Cette collaboration entre les services des Ressources humaines, de la Technologie et des Relations publiques permet d'adapter les stratégies en fonction des habitudes des candidat·e·s.

3. Presse écrite pour la promotion de postes ciblés

Dans le cadre de la promotion d'offres d'emploi du personnel de soutien et de direction, l'achat d'espaces publicitaires dans la presse locale est privilégié. En effet, puisque la stratégie de promotion de ces postes repose sur un ciblage local de l'école concernée, la presse locale demeure un levier pertinent pour la promotion de ces postes. Par exemple, durant l'année 2024-2025, plusieurs postes d'aide pédagogique spécialisé·e à Whistler, Kamloops et Penticton ont été promus via des espaces publicitaires dans le journal *Pique Newsmagazine*.

4. Déploiement des campagnes

Les différents niveaux d'initiatives de promotion pour le recrutement disposent d'enveloppes budgétaires spécifiques. Elle se déploie sur les supports numériques, notamment via des espaces publicitaires sur les plateformes Meta et LinkedIn. Les particularités liées aux types de postes et aux publics cibles sont prises en compte dans la stratégie globale, qui se déploie sur plusieurs volets.

1- Approche publicitaire numérique

Elle est principalement déployée sur les plateformes sociales. Ceci concerne principalement la promotion des offres d'emploi sur LinkedIn et Meta, mais également des publications sur les plateformes sociales et le balado du CSF pour mettre en valeur le personnel.

2- Approche publicitaire hors-ligne ou imprimée

Elle consiste principalement en l'achat d'espaces publicitaires dans la presse locale.

3- Contenus promotionnels lors d'événements

Elle comporte les objets promotionnels utilisés lors des foires aux emplois et toute participation à des événements en vue de recruter du personnel (Destination Canada, Universités, Foires aux emplois, etc.).

III. Aperçu des activités et initiatives principales

En 2024-2025, de nombreuses initiatives, avec des objectifs différents, ont été déployées sur différents canaux de communication.

1. Campagne de notoriété du CSF en tant qu'employeur

La promotion du personnel du CSF s'est poursuivie en 2024-2025 sur les plateformes sociales et, depuis peu, via le balado du CSF. Ces publications mettent en valeur les parcours et les contributions des membres du personnel et des postes qu'ils occupent par des interventions médiatiques ou par des entrevues organisées par le service des Relations publiques.



Projets

24 février 2025

L'école Jack-Cook participe à la Coldest Night of the Year à Terrace

Pour la quatrième année consécutive, les élèves de l'école Jack-Cook ont pris part à la Coldest [...]



Projets

21 février 2025

Pause musicale avec Missy D à l'école La Vérendrye

Le 14 février, les élèves de l'école La Vérendrye ont terminé leur semaine d'école sur [...]



Projets

20 février 2025

La chorale de l'école Franco-nord à l'honneur dans l'émission Culture et Confiture

Les élèves de l'école Franco-nord ont accueilli les équipes de l'émission radio Culture et Confiture [...]

Pour la quatrième année consécutive, les élèves de l'école Jack-Cook ont pris part à la *Coldest Night of the Year*, une marche de 5 km visant à récolter des fonds pour soutenir les personnes en situation d'itinérance à Terrace.

Accompagné-e-s de leur enseignante, Cindy Drouin, les élèves ont parcouru les rues de la ville, affiches en main, pour collecter des fonds afin de soutenir les personnes en situation d'itinérance à Terrace. Leur participation à cette marche montre leur engagement pour la solidarité et l'entraide au sein de leur communauté. Grâce à leur mobilisation, l'école a réussi à amasser près de 4 000 \$ pour cette cause essentielle.

Cette initiative illustre l'engagement des élèves et l'importance de la sensibilisation à des enjeux tels que l'itinérance et l'exclusion sociale. Félicitations à l'école Jack-Cook !

📺 **À revoir si vous l'avez manqué** ➡ leur passage au Téléjournal de Radio-Canada [ici](#).

Exemple d'un article publié sur le site web du CSF sur un projet communautaire encadré par une enseignante de l'école Jack-Cook qui a profité d'une couverture médiatique au Téléjournal de Radio-Canada



The image shows a screenshot of an Instagram post from the account 'csf_cb'. The post features a video of a woman, Véronique, sitting at a desk in a classroom. The video is titled 'Épisode 5 - Pourquoi j'ai choisi d'enseigner : le parcours inspirant de Véronique'. Below the video, there is a podcast player interface for the episode 'Et si on apprenait ?' dated Nov 7, 2024, with a duration of 13 minutes. The player includes icons for adding to a playlist, downloading, sharing, and a play button. A short description of the episode is provided below the player.

csf_cb
Nick Gallant · Sunny Side Up

Épisode 5 - Pourquoi j'ai choisi d'enseigner : le parcours inspirant de Véronique

Et si on apprenait ?

Nov 7, 2024 · 13 mins

Enseigner, c'était une évidence depuis toujours pour Véronique. Elle nous partage ce qui l'a motivée à se lancer dans une carrière dans l'enseignement et les inspirations qui nourrissent son quotidien avec les élèves.

Exemple d'initiative de promotion du personnel enseignant via les plateformes sociales du CSF (vidéo promotionnelle sur Instagram et épisode du balado du CSF avec Véronique, enseignante à l'école des Colibris)

2. Personnel enseignant

De nouveaux visuels ont été créés pour les rondes d'affichages du recrutement du personnel enseignant. Ces visuels seront déployés sur les plateformes numériques (Meta et LinkedIn) en Ontario, au Québec, en Alberta et en Colombie-Britannique.



Exemple des déclinaisons des visuels pour les médias sociaux faisant la promotion du recrutement d'enseignants

3. Personnel de soutien

Pour soutenir les efforts de recrutement d'aides pédagogiques spécialisé-e-s dans les écoles situées à Pemberton, Whistler et Squamish, le service des Relations publiques a contacté le journal le plus populaire de la région, the Pique Newsmagazine, afin d'y acheter un espace publicitaire faisant la promotion des offres d'emploi disponibles.

NEWS WHISTLER

Sonya McCarthy loved Whistler—but she loved people more

THE DEDICATED VOLUNTEER, COUNCILLOR AND 1991 CITIZEN OF THE YEAR DIED LAST MONTH IN NOVA SCOTIA

BY BRANDON BARRETT

SORTING THROUGH her mom's papers after her passing last month, Teresa Klassen found something she hadn't seen before: a list of her mother's life goals that perfectly encapsulated the woman Sonya McCarthy was. She strove to "experience life to the fullest, love deeply and make the biggest, most positive impact on the planet and people worldwide," lofty principles the longtime Whistlerite and former Citizen of the Year put into direct action.

"Whatever she could do to make the world a better place, that's what she would work towards," Klassen said of her mother, who died Oct. 21 due to complications from surgery at 71 years old.

From the time she first landed in the resort from her native Nova Scotia nearly half a century ago, McCarthy exemplified what it meant to be a Whistlerite. She was an avid adventurer and traveller. She worked a multitude of jobs to make ends meet, all the more essential as a single mom of three. She had an abiding love for the community, manifesting in the countless hours she spent volunteering and her time on council. She also cared deeply about where Whistler came from and where it was going, always striving

to make it—and the people who call it home—even better.

"She was always encouraging people to push themselves," remembered Klassen. "She believed in people when they didn't believe in themselves. She encouraged them to be brave and try new things."

McCarthy certainly wasn't afraid to try new things. Her career path fit many different stops along the way, from deli clerk to housecleaner, educator to life coach; at the local chamber of commerce, the Re-Use-It Centre, and for the Rocky Mountaineer—anything that afforded her the chance to show off her community.

"She loved doing jobs where she could introduce people to Whistler and show them how amazing it was," Klassen said.

Named 1991's Citizen of the Year, McCarthy was a tireless volunteer, a 2003 letter to the editor from *Pique's* archives called her one of "Whistler's all-time great volunteers." Donating her time to a multitude of organizations and causes, she served as director of the local Lions Club and was the first woman to be named Lion of the Year. She was honoured through her role as representative for the Heart and Stroke Foundation. She gave her time to KidSport, an organization providing children with financial assistance for sports registration and equipment costs. She was an early Whistler Arts Council (now Arts Whistler) member.



COMMUNITY CHAMPION Leanne Whistlerite and former Citizen of the Year Sonya McCarthy was committed to making the community she loved, and the people who called it home, even better.

PHOTO COURTESY OF TERESA KLASSEN

"She was very, very community focused, more so than just about anybody I knew," said friend and former Mayor Nancy Wilhelm-Morden.

McCarthy also spent two years on council, from 1986 to '88. Then Mayor Drew Meredith remembered a woman who had "a huge heart and time for absolutely everybody," he said. "She was always there and always helping out—and generally doing it for nothing in return."

McCarthy's love for Whistler was rivaled only by her love of children, her own and others included. She was involved from the earliest days of the Whistler Children's Festival, the resort's longest-running event, and housed numerous international exchange students over the years.

"She had tons of kids around the world who called her momma and she still checked in with," Klassen said. "Everything that makes a childhood special, she loved to be involved with, not just for us, but all the kids of Whistler."

McCarthy had strong ties to Whistler's past, too, counting late, great resort luminaries Florence Petersen and Myrtle Phillip, who was Klassen's godmother, as close friends.

"Myrtle and Florence used to hang out with us all the time growing up, so she really valued the heritage of Whistler as well," said Klassen.

Leaving Whistler seven years ago to return to her East Coast roots, McCarthy left an indelible mark on a community that was undeniably better for having had her in it.

"Her love for the community and her love for people was just outstanding. For everybody," Meredith said.

A celebration of life is tentatively set for Nov. 30 in Whistler. Those wishing to attend can email Klassen at teresa.klassen@gmail.com for more details once they are confirmed. ■

**POSTES EN ÉDUCATION
EN FRANÇAIS**

Pemberton
Whistler
Squamish

POSTULEZ MAINTENANT

CSF Conseil scolaire francophone de la Colombie-Britannique

carriere.csf.bc.ca
SCHOOL DISTRICT 93

14 NOVEMBER 8, 2024

Exemple d'une publicité diffusée dans le Pique Newsmagazine

4. Personnel cadre et de direction

Au début de l'année 2025, les offres d'emploi pour un poste de gestionnaire en ressources humaines et le poste de Secrétaire-Trésorier ont fait l'objet d'une campagne de promotion sur les plateformes Meta et LinkedIn. Pour optimiser la visibilité de ces publications, un ciblage a été réalisé, concordant aux les exigences spécifiques de chaque poste.



Conseil scolaire francophone de la Colombie-Britanni...

2 074 abonnés

4 sem. •

Rejoignez notre équipe !

Le Conseil scolaire francophone de la Colombie-Britannique est à la recherche d'un-e Gestionnaire Ressources humaines pour le personnel enseignant.

Ce que nous offrons :

- Un rôle clé dans la gestion et le développement du personnel enseignant.
- L'occasion de travailler dans un contexte francophone en milieu minoritaire.
- Un environnement professionnel bienveillant et collaboratif.



Postulez avant le 2 février 2025 pour débiter une nouvelle aventure professionnelle en avril 2025. Découvrez tous les détails et soumettez votre candidature ici

https://smrtr.io/pqr_N



Gestionnaire Ressources humaines-Personnel enseignant à 1.0000 ÉTP

jobs.smartrecruiters.com



6

3 republications

Exemple d'une publication LinkedIn pour la promotion du poste de gestionnaire en Ressources humaines

En ce qui concerne le poste de Secrétaire-trésorier, la stratégie promotionnelle a été déployée et a véhiculé 307 vues et la réception de 10 candidatures potentielles. À l'aide d'une campagne spécifique, le poste de gestionnaire en ressources humaines a été vu 142 fois et a permis la réception de 9 candidatures potentielles.

Ces résultats sont très encourageants, notamment parce que les candidatures reçues via LinkedIn sont en moyenne plus qualitatives, notamment sur des emplois hautement qualifiés, que celles reçues via les autres plateformes, grâce au ciblage des compétences des profils des candidat·e·s.